

Spis treści

Wstęp	7
Rozdział 1 – Ekonomiczny model zachowań konsumentów a rozwój rynków produktów ekologicznych (<i>Irena Rumianowska</i>) . . .	11
Rozdział 2 – Problemy współczesnego konsumenta z gospodarowaniem budżetem czasu (<i>Augustyna Burlita</i>) . . .	25
Rozdział 3 – Wpływ Internetu na konsumpcję innych mediów (<i>Tomasz Galewski</i>)	39
Rozdział 4 – Zachowania komunikacyjne opolan w zakresie wykorzystania środków komunikacji miejskiej w świetle wyników badań ankietowych (<i>Sabina Kauf</i>)	49
Rozdział 5 – Uwarunkowania marketingowe zachowań zakupowych żywności młodych konsumentów (<i>Anna Murawska,</i> <i>Małgorzata Gotowska</i>)	61
Rozdział 6 – Prozdrowotne zachowania konsumentów – moda czy potrzeba współczesnego świata. Opinie opolan (<i>Agnieszka Tłuczak</i>)	79
Rozdział 7 – Negatywne konsekwencje wykorzystania marketingu masowego – wybrane problemy (<i>Dorota Potwora,</i> <i>Witold Potwora</i>)	93
Rozdział 8 – Zachowania konsumentów na rynku usług turystycznych – bezdzietne małżeństwa / związki partnerskie (<i>Anna Dąbrowska, Ewelina Strzelecka</i>)	111
Rozdział 9 – Ochrona konsumenta w ramach ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej (<i>Amelia Kin</i>)	131